

BAB VII

7.1 Kesimpulan

Ojek merupakan transportasi umum di Indonesia, berupa sepeda motor atau sepeda yang disewakan dengan cara membonceng penumpang. Ojek sering ditemui di perkotaan maupun di pedesaan. Keunggulan ojek yaitu lebih cepat dan mampu melewati sela-sela kemacetan. Saat ini ojek bisa dipesan secara online maupun berlangganan. Salah satunya yakni Ojesy. Ojesy adalah singkatan dari Ojek syari yaitu perusahaan transportasi di bidang ojek yang dipesan secara berlangganan. Ojesy mempunyai ciri khas atau memposisikan dirinya yakni hanya melayani wanita dan anak-anak saja. Ojesy menggunakan prinsip Blue Ocean Strategy dalam menjalankan bisnis dimana pelanggan akan mudah jenuh dengan jasa yang diberikan. Maka dari itu Ojesy membutuhkan iklan untuk mempertahankan pelangganya.

Adanya perancangan iklan video ini adalah untuk menambah informasi secara efektif dan memperkuat positioning Ojesy di mata target audiens, bahwa Ojesy merupakan ojek yang melayani khusus wanita yang bisa dipesan secara berlangganan.

Penggunaan konsep melayani dan menemani berdasarkan keyword menjelaskan bagaimana pelayanan Ojesy sehari-hari. Dimana menggambarkan hubungan harmonis antara *driver* Ojesy dan pelangganya seperti hubungan ibu dan anak kepada target audiens yang berumur 25-35 tahun.

7.2 Saran

Perancangan ini masih jauh dari kata sempurna, dan masih terdapat beberapa kekurangan dalam usaha untuk menyampaikan pesan yang mungkin bagi beberapa orang masih terbilang *monotone*. Selain itu, agar dapat bermanfaat selain dilihat juga dapat memberikan informasi dan memperkuat positioning Ojesy kepada target audiens. Mungkin bagi target segmen ada yang tidak suka dengan layout atau pengambilan gambar yang perancang buat dan penyampaian pesan yang kurang lengkap, maka dari itu kritik dan saran sangat diharapkan dari penonton yang dapat menjadikan perkembangan dan menyempurnakan untuk perancangan selanjutnya.

Diharapkan, Perancangan iklan video ini dapat bermanfaat bagi Ojesy dan masyarakat khususnya wanita dewasa.